



MOBILIZAÇÕES PRÉ-ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2018 NO PARÁ: GRUPOS E EVENTOS RELACIONADOS À #ELENÃO NO FACEBOOK

Presidential pre-elections mobilizations 2018 in Pará: #EleNãO related Facebook groups and events

Movilizaciones pre-elecciones presidenciales 2018 en el Pará: grupos y eventos relacionados a #EleNãO en el Facebook

Maíra Evangelista de Sousa¹
Brenda Rachit^{2,3}

RESUMO

Os sites de redes sociais facilitam a publicação, a discussão e o compartilhamento de conteúdos por cidadãos. Essas plataformas têm sido usadas na organização e na divulgação de mobilizações em massa por meio de ferramentas, como “Grupos” e “Eventos” do Facebook. Nesse contexto, destaca-se a mobilização de mulheres que articulou ações e estratégias de voto contra o candidato à presidência do Brasil, Jair Messias Bolsonaro (PSL), durante o período eleitoral de 2018 através do site de rede social Facebook. O objetivo deste artigo é compreender como as novas formas de mobilização com base online, aliadas às questões de gênero e representatividade eleitoral, contribuem para a construção de comunidades instantâneas de práticas transformadoras que se consolidam no espaço físico. Para alcançar tal objetivo, os procedimentos metodológicos são formados por uma combinação de técnicas qualitativas (observação, descrição e

¹ Pós-Doutoranda no Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCom/UFPa) com bolsa PNPd/CAPES. Doutora em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS, mestre em Jornalismo pelo PPGJOR/UFSC e jornalista pela FCOM/UFPa. E-mail: maira.evangelistadesousa@gmail.com.

² Graduanda em Comunicação Social/habilitação Jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (FACOM/UFPa), E-mail: brendarachit@gmail.com

³ Endereço de contatos do(s) autor(es) (por correspondência): Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação. Av. Augusto Correa, 01, Guamá. CEP: 66075-110. Belém, PA – Brasil.

análise) (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). O objeto empírico é composto pelos Grupos "Mulheres unidas contra Bolsonaro" e "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará" e pelo Evento "Mulheres contra O Bolsonaro | Belém".

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Online; Mobilização Online; Gênero; Eleições; #EleNão.

ABSTRACT

Social networking sites make it easier for citizens to publish, discuss, and share content. These platforms have been used in organizing and publicizing mass mobilizations through tools such as Facebook "Groups" and "Events". In this context, we highlight the women mobilization who articulated voting actions and strategies against the Brazilian presidential election candidate, Jair Messias Bolsonaro (PSL), over 2018 electoral period through the social networking site Facebook. This article aims to understand how the new forms of online mobilization, allied to gender issues and electoral representativity, contribute to the construction of instant communities of transformative practices which are consolidated in the physical space. In order to do it, our methodological procedures are formed by a combination of qualitative techniques (observation, description and analysis) (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). The empirical object consists of the Groups "Mulheres unidas contra Bolsonaro" and "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará" and the Event "Mulheres contra O Bolsonaro | Belém".

KEYWORDS: Online Communication; Online Mobilization; Genre; Elections; #EleNão

RESUMEN

Los sitios de redes sociales facilitan la publicación, la discusión y el intercambio de contenidos por ciudadanos. Estas plataformas se han utilizado en la organización y divulgación de movilizaciones masivas a través de herramientas, como "Grupos" y "Eventos" de Facebook. En ese contexto, se destaca la movilización de mujeres que articuló acciones y estrategias de voto contra el candidato a la presidencia de Brasil, Jair Mesias Bolsonaro (PSL), durante el período electoral de 2018 a través del sitio de redes sociales Facebook. El objetivo de este artículo es comprender cómo las nuevas formas de movilización con base online, aliadas a las cuestiones de género y representatividad electoral, contribuyen a la construcción de comunidades instantáneas de prácticas

transformadoras que se consolidan en el espacio físico. Para alcanzar tal objetivo, los procedimientos metodológicos están formados por una combinación de técnicas cualitativas (observación, descripción y análisis) (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011). El objeto empírico está compuesto por los Grupos "Mulheres unidas contra Bolsonaro" y "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará" y el Evento "Mulheres contra O Bolsonaro | Belém".

PALABRAS CLAVE: Comunicación en línea; Movilización en línea; Género; elecciones; #EleNão.

Recebido em: 16.11.2018. Aceito em: 19.12.2018. Publicado em: 16.01.2019.

Introdução

“O que muda atualmente é que os cidadãos têm um instrumento próprio de informação, auto-organização e automobilização que não existia. [...] Sem depender das organizações, a sociedade tem a capacidade de se organizar, debater e intervir no espaço público”, afirmou o sociólogo Manuel Castells (2013, online) ao ser indagado sobre as manifestações de junho de 2013. Após cinco anos de tal declaração, continuamos a ver mobilizações organizadas cada vez mais por meio da internet. É o caso das mulheres de todo o Brasil que se auto-organizaram em comunidades online para deliberar ações coletivas de oposição e posicionamento em relação à candidatura de Jair Bolsonaro (PSL) à presidência da república.

Inicialmente, em setembro de 2018, a organização ocorreu em um grupo no Facebook⁴ chamado de

“Mulheres unidas contra Bolsonaro”, que em poucos dias reuniu mais de 2.500.000 mulheres de todo o país e de diferentes classes sociais e profissionais. Posteriormente, houve o surgimento de grupos específicos. No Pará, o grupo conta com mais de 8.000 membros e a pauta em destaque é a mobilização para um ato público. A organização da manifestação também foi articulada no evento no Facebook, “Mulheres contra O Bolsonaro | Belém”. Tal mobilização também originou à #EleNão.

Diante deste cenário, o presente artigo busca discutir questões político-comunicacionais contemporâneas, com foco em um fenômeno que envolve elementos relacionados ao gênero, à representação eleitoral, bem como à internet. O objetivo é compreender como as novas formas de mobilização com base online aliadas, às questões de gênero e representatividade eleitoral, contribuem para a construção de comunidades instantâneas de práticas transformadoras que se consolidam no espaço físico. Para alcançar tal objetivo, os procedimentos

⁴ Site de rede social criado nos Estados Unidos em fevereiro de 2004. Atingiu a marca de um bilhão de usuários ativos no ano de 2012, passando a ser considerada o maior site de rede social do mundo.

metodológicos são formados por uma combinação de técnicas qualitativas (observação, descrição e análise) (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). O objeto empírico é composto pelos 'Grupos' "Mulheres unidas contra Bolsonaro" e "'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará' e pelo 'Evento' "Mulheres contra O Bolsonaro | Belém".

Mobilização com base em tecnologias digitais

Desde a década de 1970, a sociedade é marcada por avanços técnicos e científicos e por distintas transformações procedentes da revolução da tecnologia da informação. Esse período, segundo Castells (1999), é marcado por um sistema tecnológico que é caracterizado, inicialmente, pelo alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial. Ele transforma a cultura que se torna uma cultura da virtualidade real: "nossos sistemas de crença e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental

pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo." (CASTELLS, 1999, p. 414).

No entanto, se a revolução da tecnologia da informação inicialmente é marcada por uma sociedade em rede, a partir do século XXI é caracterizada por uma sociedade em rede móvel: "As tecnologias de comunicação sem fio ampliam a lógica em rede da organização e da prática social em todos os lugares e em todos os contextos, com a única condição de fazer parte da rede móvel." (CASTELLS et al., 2007, p. 395, tradução nossa). Com o surgimento de novas formas de comunicação possibilitadas pelo celular, Rheingold propôs o termo *smart mobs* que

consiste em pessoas capazes de atuar em conjunto mesmo que não se conheçam. As pessoas que compõem os *smart mobs* cooperam de maneiras nunca antes possíveis porque possuem dispositivos que possuem capacidades de comunicação e computação. Seus dispositivos móveis os conectam com outros dispositivos de informação no ambiente, bem como com os telefones de outras pessoas. (RHEINGOLD, 2002, p. XII, tradução nossa).

Assim, se com as tecnologias digitais surgem comunidades virtuais,

com as tecnologias digitais móveis as pessoas passam a coordenar ações com outras pessoas, sejam próximas ou de qualquer lugar do mundo, ganhando “novas formas de poder social, novas formas de organizar suas interações e trocas apenas na hora e no lugar.” (RHEINGOLD, 2002, p. XIII, tradução nossa).

Essas tecnologias modificaram as formas de comunicação da sociedade. Nesse sentido, a alteração mais importante nos últimos anos, para Castells (2015, p. 29), “foi a transformação da comunicação de massa para a intercomunicação individual.” A autocomunicação de massa é uma nova forma de comunicação interativa que tem o potencial de alcançar um público global através da capacidade de envio de mensagens de muitas pessoas para muitas pessoas, tanto em tempo real quanto no tempo escolhido, e que coexiste com outras maneiras de comunicação, tais como a comunicação interpessoal e a comunicação de massa (CASTELLS, 2015). Assim, há uma

mudança das práticas de conversação que passam a ocorrer em rede, por pessoas que estão cada vez mais conectadas e participando dos processos de comunicação, em qualquer lugar e momento.

Nesse cenário, é fundamental o conceito de sites de redes sociais (SRS). Eles são o espaço técnico onde acontecem as associações e as interações das redes sociais (RECUERO, 2009; BOYD; ELLISON, 2007). A distinção entre sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada pelo computador está na maneira “como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço off-line” (RECUERO, 2009, p. 102-103). Inicialmente, os sites de redes sociais foram definidos como:

Serviços baseados na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista dos outros usuários com quem divide conexões, e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site (BOYD; ELLISON,

2007 documento eletrônico não
paginado, tradução nossa).

A definição de 2007, embora útil não descreve mais com precisão as características dos sites de redes sociais (ELLISON; BOYD, 2013). Segundo as autoras, esses ambientes mudaram, tanto socialmente quanto tecnicamente, necessitando de uma atualização da antiga definição devido ao surgimento de características relacionadas ao fluxo de informações. Assim, os SRS passaram a ser considerados:

Um site de rede social é uma plataforma de comunicação em rede em que os participantes 1) têm perfis de identificação única que consistem em conteúdos providos pelo usuário, conteúdos fornecidos por outros usuários, e/ou dados fornecidos pelo sistema; 2) pode articular publicamente conexões que podem ser vistas e atravessadas por outros; e 3) pode consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerados por usuários fornecidos por suas conexões no site (ELLISON; BOYD, 2013, documento eletrônico não paginado, tradução nossa).

Essas transformações tecnológicas ao longo da história e, consequentemente, as modificações dos meios de comunicação possibilitaram que qualquer indivíduo se tornasse um sujeito

ativo nas trocas comunicacionais. A facilidade da internet para compartilhamento de conteúdo, de interação e estabelecimento de laços para além das barreiras físicas, geográficas, possibilitou uma nova forma de mobilização e organização social.

No que se refere à questão sociopolítica, a internet se configura como um meio bastante rico em ferramentas e possibilidades para maior engajamento. Além do acesso à informação descentralizada e contínua, há maior facilidade de encontro entre pessoas com pautas semelhantes, indivíduos que compartilham das mesmas convicções e indignações. Os sites de redes sociais, portanto, são o terreno ideal para o surgimento de comunidades instantâneas de práticas transformadoras. Castells (2015) afirma que a comunicação livre é a prática mais subversiva de todas, porque desafia os poderes tradicionalmente instituídos.

Por conseguinte, observamos um novo contexto onde os movimentos sociais se apropriam cada vez mais das

tecnologias digitais móveis e ubíquas para desenvolverem suas ações e promoverem conscientização política. Se antigamente os indivíduos não tinham tanta facilidade para se conectarem de forma rápida e não dispendiosa, hoje a interação nas redes evidência o que Castells (2015) defende sobre o poder das novas tecnologias. Segundo o autor, as sementes de revolta existentes na maior parte dos indivíduos só podem se desenvolver quando esses estão conectados, pois a barreira individual é quebrada, dando lugar à mobilização e à organização social.

Desse modo, os sites de redes sociais têm sido o palco inicial dos movimentos sociais contemporâneos e têm contribuído para a construção de uma cultura participativa, onde o internauta não só recebe conteúdos, mas pode gerar e fazer circular seus próprios conteúdos, suas revoltas, protestos e opiniões sobre os mais variados assuntos, seja política, economia ou qualquer outra questão na qual se reconheça ou julgue relevante. Silva e Amorim (2014) referem-

se a esse indivíduo como o “novo cidadão”, entendendo que “a cidadania é responsável pelo direito que o indivíduo possui de intervir e de participar, direta ou indiretamente, na formação do governo e sua respectiva administração.”

Esses novos cidadãos compõem os movimentos sociais contemporâneos, caracterizados como novas formas de ações coletivas. Eles surgem no ambiente da internet, geralmente por meio de sites de rede social e, quase sempre, eclodem no espaço urbano. No entanto, mesmo quando não alcançam o patamar das ruas, essas ações coletivas oriundas da internet podem ser lidas como movimentos, pois segundo Toro e Werneck (1996), o ato de mobilizar é diferente de ‘manifestação pública’. Mobilizar, segundo os autores, tem mais a ver com “convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados.” (TORO; WERNECK, 1996). Ou seja, se há novos meios para transformação social, como a internet, e todas as possibilidades nela encontradas,

então os movimentos sociais nascidos na sociedade em rede tem como característica a mobilização com base online. Diante disso, podemos considerar a campanha #EleNão, nascida no Facebook, como um movimento social contemporâneo.

Movimento feminista e internet: novos contextos comunicacionais

Durante a trajetória do movimento feminista ou, ainda, bem antes de ele se organizar como o movimento que conhecemos hoje, a mulher luta pelo seu protagonismo nos espaços dos quais foram marginalizadas. Ao longo do tempo, o movimento de mulheres foi se apropriando dos meios disponíveis para propagar seus ideais de liberdade e emancipação. No século XIX, a divulgação do movimento e as convocações eram feitas basicamente por meio de material impresso (ALVES; PITANGUY, 1991). As transformações dos processos comunicacionais popularizaram gradativamente o movimento feminista à

medida em que facilitaram o acesso às suas propostas e ações.

A partir da década de 1990, a internet passa a contribuir para a transformação do modo de interação social e também de organização dos movimentos sociais. Em se tratando do feminismo, esse novo contexto agregou mais mulheres à causa feminista pela democratização do acesso às informações relacionadas ao movimento. A luta pela conquista de direitos e ocupação de espaços foi, então, potencializada pela possibilidade de se comunicar de forma horizontal, por meio de plataformas digitais que viabilizam uma comunicação não hierárquica e interativa (CASTELLS, 2017). As novas tecnologias impactaram significativamente na dinâmica dos movimentos sociais e, nesse caso específico, do movimento feminista, pois:

A cada nova tecnologia de informação e comunicação que surge, ela se incorpora na rotina das comunidades. Diante disso, a migração de atos em defesa de causas ou defesas ideológicas para o ciberespaço foi um processo natural na evolução ou mutação do cotidiano. As redes sociais na internet (SRS) constituem um campo rico para militância social (...) Por meio dos sites de redes sociais as pessoas podem estabelecer laços de convivência, trocar

informações e gerar engajamento. E isso independente de localização geográfica, pois apenas é necessário o acesso à internet. São em grupos e páginas do Facebook, por exemplo, que a maioria desses movimentos nasceu, cresceu e se popularizou ao ponto de levar milhares de pessoas para as ruas. (SANTOS; BARROS, 2015, p. 4 -5)

Antes, as mobilizações feministas levavam muito tempo para alcançarem um grande número de mulheres. As lutas e campanhas eram bastante longas, pois o alcance das mulheres se dava aos poucos. Atualmente, as campanhas se espalham pela internet e por outros meios de forma espantosamente rápida. É por meio dessa facilidade de interação e de compartilhamento que o movimento feminista se expandiu pela internet, mais especificamente pelos sites de rede social. E é cada vez mais notável que o movimento tem se apropriado desses meios para construção de comunidades femininas instantâneas de práticas transformadoras, comunidades feitas por e para mulheres. Além das ações coletivas, as mulheres se sentem mais seguras para se posicionarem, pois:

O surgimento de coletivos que se denominam feministas e que utilizam a

internet para difundir o debate de questões como aborto, assédio sexual, representatividade na política e no mundo do trabalho vem trazendo à tona posicionamentos pessoais que provavelmente algumas mulheres não se sentiriam à vontade para declarar de forma presencial. (BONFIM; NUNES, 2017, p. 68).

O movimento feminista se apresenta hoje como um movimento social contemporâneo, com novas formas de comunicação e engajamento, seguindo o padrão dos demais movimentos sociais existentes na atualidade, com ações coletivas articuladas principalmente por meio de sites de rede social, tendo como característica a mobilização com base online.

É com base nas discussões teóricas apresentadas até aqui que iremos analisar a mobilização de mulheres contra a candidatura de Jair Messias Bolsonaro, por meio do site de rede social Facebook.

‘Grupos’ e ‘Eventos’ relacionados à #EleNão no Facebook

O Facebook é um site de rede social bastante utilizado para a

organização de mobilizações devido a ferramentas que oferece, como os 'Grupos' e os 'Eventos', as quais configuram-se como um espaço para conversações e construção de comunidades online com base em interesses comum. Como exemplo, temos o processo eleitoral 2018 no Brasil que foi marcado por muitos conflitos, principalmente, no que se refere à disputa presidencial. O candidato Jair Messias Bolsonaro causou polêmicas e provocou repúdio de determinados grupos sociais por seus posicionamentos e ideologias conservadoras e extremistas. Dentre os grupos que se sentiram atingidos e ameaçados pela iminente posse do candidato, destaca-se as mulheres que, fundamentadas na luta do movimento feminista, fizeram oposição direta à Jair Bolsonaro. Inicialmente, na internet e, posteriormente, em manifestações urbanas em cidades do Brasil e do mundo.

Tudo começou em 30 de agosto de 2018, quando a servidora pública baiana Ludimilla Teixeira criou um grupo

no site de rede social Facebook com o nome 'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro' (ver Figura 1). Ela e algumas amigas começaram a adicionar outras mulheres e a rede foi crescendo. Em aproximadamente duas semanas, já atingia a marca de um milhão de mulheres e na terceira semana de atividade, mais de 2 milhões de adeptas em todo o Brasil e também brasileiras que moram fora do país. O objetivo do grupo era formar uma rede de fortalecimento e conscientização feminina contra qualquer ameaça aos direitos das mulheres, bem como facilitar a afirmação das integrantes da rede como seres políticos e atores sociais.



Figura 1: Grupo 'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro'. **Fonte:** Captura de tela.

Dentro da discussão da comunidade online se construiu um movimento com características próprias e virais, com uma identidade construída coletivamente. Foi justamente nesse contexto que surgiu a #EleNão, uma *tag* que assinalava o porquê de o movimento não se reconhecer na candidatura de Jair Bolsonaro. A #EleNão era utilizada em postagens de protesto, de posicionamentos e também se consolidou como um resumo da campanha contra Bolsonaro. Pelo caráter convergente das redes, a *hashtag* se espalhou por outros sites de redes sociais e ganhou muitos significados, pois era utilizada também por outros grupos que não apoiavam o candidato por se sentirem igualmente em risco, a saber LGBTIs, negros, sindicalistas, indígenas.

No caso do grupo em análise, observamos que o crescimento rápido e espantoso do grupo revelou um anseio da comunidade feminina por um espaço de deliberação política, de compartilhamento e aprendizagem. Além das trocas e compartilhamento, as

mulheres encontraram legitimação para suas inquietações políticas e sociais na construção de uma comunidade online que posteriormente afirmou sua identidade também no espaço urbano. Para Castells (2015), essa expansão da intercomunicação individual dá suporte à ampliação da habilidade de os atores sociais desafiar o poder do estado, pois “maximiza as chances para a expressão e mobilização de projetos alternativos que emergiram da sociedade para desafiar as autoridades” (CASTELLS, 2015), especialmente quando esse poder contempla grupos socialmente marginalizados, como, neste caso, as mulheres:

o uso da internet empodera as pessoas, aumentando sua sensação de segurança, liberdade pessoal e influência, todas elas percepções que têm um efeito positivo na felicidade e no bem-estar pessoal. O efeito é particularmente positivo para pessoas de baixa renda e poucas qualificações, para pessoas nos países em desenvolvimento e para mulheres. [...] por que mulheres? Porque elas estão no centro de sua rede familiar e a internet as ajuda a organizar suas vidas. Ela também as ajuda a superar o isolamento, particularmente sob as condições do patriarcado. (CASTELLS, 2015, p. 39)

A #EleNãO ganhou tanta força nos sites de redes sociais que impulsionou os grupos a vocaliza-la também no espaço urbano. Foi no grupo 'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro' do Facebook que as manifestações urbanas começaram a ser desenhadas e divulgadas. A partir do grupo geral, por meio de publicações sobre quais cidades pertenciam as integrantes, houve um reconhecimento de subgrupos, de mulheres da mesma cidade ou região. Imediatamente foram criados diversos grupos específicos, como foi o caso do grupo 'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará' (ver Figura 2), criado pelo movimento Juntas Belém.



Figura 2: Grupo 'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará'. **Fonte:** Captura de tela.

É importante ressaltar que os subgrupos tiveram grande importância na manutenção de laços durante a campanha contra Bolsonaro. Antes da divisão por regiões, o grupo maior sofreu um ataque de hackers na madrugada de 16 de setembro de 2018 que impossibilitou a conversação na comunidade, pois as administradoras e moderadoras foram excluídas, sendo que algumas tiveram suas contas pessoais sequestradas e não havia quem aprovasse as publicações enviadas pelas demais integrantes do grupo. Desse modo, toda a comunicação começou a ser realizada somente por comentários em postagens antigas.

Com esse bloqueio, as mulheres precisavam de um espaço para dar continuidade à campanha e à mobilização para os atos que aconteceriam em diversas cidades do Brasil e do mundo. As manifestações estavam marcadas para o dia 29 de setembro de 2018. Assim, além dos 'Grupos', também foi utilizada a ferramenta 'Eventos' do Facebook, onde as participantes podiam falar

especificamente dos atos, tirar dúvidas, pedir companhia para ir ao evento, assim como sinalizar comparecimento ao protesto, o que possibilitava uma estimativa de público.

O evento no Pará, com nome 'Mulheres Contra O Bolsonaro Belém' no Facebook (ver Figura 3), registrou mais de quatro mil confirmados e quase dez mil interessados em comparecer na manifestação. No entanto, o número real de presentes no ato foi estimado em cerca de trinta mil pessoas em Belém, incluindo homens e mulheres, segundo a organização do evento. No Brasil, os maiores centros de mobilização foram as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. No Pará, a maior concentração de manifestantes foi em Belém. Entretanto, outros municípios além da capital compuseram o mapa de protestos #EleNão.



Figura 3: Mulheres Contra O Bolsonaro Belém'
Fonte: Captura de tela.

A seguir, iremos descrever e analisar como essas novas formas de mobilização com base online aliadas, às questões de gênero e representatividade eleitoral, contribuem para a construção de comunidades instantâneas de práticas transformadoras que se consolidam no espaço físico.

Mobilizações pré-eleições presidenciais 2018 no Pará

A partir da observação realizada nos 'Grupos' "Mulheres unidas contra Bolsonaro" e "'Mulheres Unidas Contra Bolsonaro | Pará' e pelo 'Evento' "Mulheres contra O Bolsonaro | Belém" durante os meses de setembro e de outubro de 2018, foi possível perceber que, em Belém, esses canais de comunicação do Facebook (Grupos e Eventos) foram a base do movimento.

No grupo do Facebook, por exemplo, observamos que o foco das publicações no período pré-protesto era de mobilização e preparação para o ato. Encontramos publicações de encorajamento, bem como de empoderamento e sugestões para o dia das manifestações urbanas, como gritos de guerra, arquivos de músicas de protesto, organização de caravanas e pedidos de ajuda (como mães que não tinham com quem deixar seus filhos e sugeriram um agrupamento de mulheres que se encontravam na mesma situação).

Notamos também muitas publicações de orientação quanto à segurança e à solicitação de auxílio por parte de grupos do interior do Pará que enfrentaram dificuldades de organização. Como afirma Castells (2017, p. 29), "em nossa época, as redes digitais e multimodais, de comunicação horizontal, são os veículos mais rápidos e mais autônomos, interativos, reprogramáveis e amplificadores de toda a história.". Para o autor, esse contexto revela uma nova espécie no gênero de movimentos sociais, a saber os movimentos sociais em rede da era digital. Além da viabilidade de deliberação para além das barreiras físicas, é um meio menos dispendioso de mobilização.

O grupo de mulheres articulou pelo Facebook (e pelo Whatsapp) reuniões presenciais para organização do ato do dia 29 de setembro de 2018, as quais ocorreram em locais públicos da cidade, como a Praça da República e a Fundação Cultural do Estado do Pará (CENTUR). Todavia, a divulgação das decisões tomadas nessas reuniões, as

convocações e a mobilização para o ato fluíram mais rapidamente na comunidade online no Facebook. Mulheres que não participaram presencialmente da organização do movimento podiam ter acesso à informações no grupo e no evento do Facebook, porém o compartilhamento massivo de publicações dificultou a organização e visualização de alguns avisos, por exemplo.

Isso exemplifica o que Castells (2017) discute sobre a interatividade dos movimentos sociais em rede. O autor explica que quanto mais interativa e autoconfigurável for a comunicação, mais participativo e não hierárquico será o movimento (CASTELLS, 2017). Apesar de haver um grupo organizador e frentes de ações específicas no movimento de Belém, as mulheres que não estavam atuando diretamente na organização do ato, participavam, ainda assim, da construção do movimento pela interação nas redes. No grupo, podemos observar publicações sobre dúvidas quanto aos rumos do movimento para o ato do dia

29 de setembro de 2018, direcionadas à moderação da comunidade online. Nos comentários dessas publicações, as moderadoras postavam a relatoria das reuniões presenciais, facilitando o acesso ao conteúdo que fora debatido.

Pela publicação da ata da primeira reunião presencial no grupo do Facebook, foi possível percebermos também que nesses encontros as demandas do movimento foram melhor estruturadas, como a necessidade de advogadas para o movimento e o apoio da comissão de Belém às demandas do interior, pois alguns municípios enfrentaram dificuldades na organização dos protestos. Uma das organizadoras, por exemplo, pediu auxílio no grupo do Facebook e mencionou que a plataforma estava sendo o único canal de comunicação para livre convocação ao evento. A comunidade online serviu, nesse contexto, como uma rede de apoio entre os municípios.

Todo esse desdobramento e possibilidade efetiva de resolução das demandas do movimento ocorreu de

forma mais fluida nos sites de redes sociais, especificamente no Facebook. Esse espaço se configurou como um canal de fortalecimento da rede de mulheres paraenses, pois elas puderam, a partir da internet e do contato com as demais redes de apoio (no contexto nacional de mobilização feminina), articular as diretrizes da ação pública coletiva que ganhou as ruas dos municípios paraenses, bem como do Brasil e de outros países - onde há presença de brasileiros engajados no movimento.

Verificamos também que o grupo regional foi beneficiado pelo capital social construído ainda no grupo nacional. O engajamento das mulheres nos grupos menores após o desdobramento do movimento nacional deu-se por meio de uma popularidade já conquistada pelo movimento como um todo. Recuero (2012) afirma que os laços sociais são meios para obtenção de capital social, o qual se constitui pelos benefícios que os indivíduos obtêm através do investimento feito nos grupos

sociais (investimento de tempo, envolvimento sentimental, engajamento). Exemplos desses benefícios obtidos são as informações as quais o grupo teve acesso e que não estariam disponíveis com a mesma facilidade fora dele. Na comunidade de mulheres online os conteúdos são direcionados e específicos à causa que as une, o que facilita o acesso à fontes seguras de informação, empoderamento e conscientização sobre a luta feminina. Segundo Recuero (2012), o produto dessa construção coletiva é tido como capital social e a percepção desse capital motiva as ações dos indivíduos.

Constatamos ainda que o movimento de mulheres contra o Bolsonaro no Pará foi organizado e executado em um espaço híbrido de autonomia, resultante da interação do espaço dos fluxos na internet e do espaço urbano ocupado (CASTELLS, 2017). Com base nisso, podemos afirmar que o grupo se apropriou desse espaço de autonomia, garantido pela possibilidade de organização no espaço livre das redes de

comunicação, que se constitui, segundo Castells (2017), a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede. Esse espaço permite que as comunidades virtuais coordenem as ações de qualquer lugar e momento através de seus dispositivos digitais móveis conectados à internet. De modo que esses grupos podem ser entendidos também como *smart mobs* (RHEINGOLD, 2002) que têm uma nova forma de poder social, podendo ser considerados ainda como novos cidadãos (SILVA; AMORIM, 2014).

Esse espaço mostrou-se significativo para as mulheres na afirmação de seu protagonismo político e na luta de seus interesses, tanto para aquelas já ativas e engajadas politicamente quanto para mulheres que buscavam mais participação política, porém não sabiam por quais caminhos percorrer. A ameaça representada pela candidatura do então presidenciável Jair Bolsonaro uniu mulheres de diferentes convicções políticas em uma luta plural, porém de unidade. A #EleNão se ressignificou a cada contexto de luta dos

diferentes grupos sociais, mas todos esses recortes apontavam para um mesmo objetivo: a derrota do candidato nas urnas.

Apesar de o resultado esperado não ter sido obtido, pois o candidato Jair Messias Bolsonaro foi, de fato, eleito presidente da república, o processo de fortalecimento da rede de mulheres na internet evidenciou o movimento feminista como linha de frente na luta contra possíveis retrocessos sociais, principalmente no que diz respeito aos direitos das mulheres. Segundo Castells (2017), levando em consideração uma autorreflexão do movimento, o próprio processo de construção social já se constitui como resultado, pois a verdadeira transformação revolucionária ocorre, de fato, na mente das pessoas. Essa transformação vai, segundo o autor, reverberar nas redes sociais que cada indivíduo estabelece, seja online ou offline. Sendo assim, a maior conquista dos movimentos sociais em rede consiste na mudança cultural que produziram com sua ação, principalmente no que diz

respeito à noção de democracia (CASTELLS, 2017). Para Castells (2017), os movimentos sociais em rede são, de fato, novos tipos de movimentos democráticos que, dentro do espaço de autonomia construído, reconstituem a confiança como alicerce da interação humana.

Considerações finais

Neste artigo, buscamos compreender como as novas formas de mobilização com base online aliadas, às questões de gênero e representatividade eleitoral, contribuem para a construção de comunidades instantâneas de práticas transformadoras que se consolidam no espaço físico. Assim, a partir da observação, descrição e análise, foi possível notar que as plataformas digitais, especificamente as ferramentas disponíveis no Facebook, como 'Grupos' e 'Eventos', contribuíram para o fortalecimento do movimento feminista brasileiro e, consequentemente, do movimento no Pará. Também possibilitaram o engajamento de mulheres que não tinham envolvimento

ativo político, mas que, a partir das trocas proporcionadas pelo encontro de mulheres com indignações comuns, puderam exercitar sua cidadania nos sites de redes sociais e ainda mais expressivamente no espaço urbano. As conexões entre essas mulheres estabeleceram laços sociais e ajudaram na construção de capital social, de popularidade e legitimidade do movimento contra Jair Bolsonaro.

O movimento cresceu e se fortaleceu no ambiente online com a criação de comunidades instantâneas, mas se consolidou efetivamente no espaço físico urbano com ações coletivas de transformação social. A vocalização das reivindicações do grupo nas ruas foi importante para evidenciar a unidade do movimento. O número expressivo de manifestantes nos protestos do dia 29 de setembro de 2018 teve impacto e repercussão não só nas redes como também nos meios de comunicação tradicionais, a exemplo dos telejornais, que pautaram os atos ocorridos nas diversas cidades do Brasil e do mundo.

Como já mencionado anteriormente, o resultado das eleições 2018 não foi satisfatório para o movimento, porém a comunidade continua ativa e ainda funciona, por meio dos grupos, regional e nacional, como uma rede de apoio feminista contra as ameaças que o presidente eleito representa. Além disso, as transformações socioculturais promovidas pelo grupo ao longo do processo eleitoral são imensuráveis, pois referem-se à mudanças subjetivas que ocorreram em cada indivíduo que participou ativa ou passivamente dessa construção social.

Referências

- ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jaqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- BONFIM, Cristiane Guilherme. #PrimeiroAssedio: como a ONG Think Olga pauta o debate feminista no Facebook. **Anais... II SEJA – Gênero e Sexualidade no Audiovisual – Goiânia, GO – 22 a 24 de novembro de 2017**.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 1, n. 13, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. et al. **Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global**. Editora Ariel. 2007. Disponível em: < <https://goo.gl/Zcf3pQ>>. Acesso em: 28 ago. 2015.
- CASTELLS, Manuel. **Manuel Castells analisa as manifestações em São Paulo**. (2013) Disponível em < <https://bit.ly/2yZx03R>> Acesso em: 26 jun. 2013.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.
- ELLISON, Nicole B.; BOYD, danah. Sociality through Social Network Sites. In Dutton, W. H. (Ed.), **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, p. 151-172, 2013.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- RECUERO, Raquel. O capital social em rede: Como as redes sociais na internet

estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea | Comunicação e Cultura**, v.10, n.03, 2012.

RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs**. The next social revolution. Estados Unidos da América: Perseus Publishing, 2002.

SANTOS, Nícia de Oliveira; BARROS, Jordana Fonseca. **O movimento feminista no Facebook**: uma análise das páginas Moça, você é machista e Feminismo sem demagogia. Disponível em: < <https://bit.ly/2M9DvGM> >. Acesso em: 13 dez. 2018.

SILVA, Geovany Dias; AMORIM, Célia Regina Trindade Chagas. Manifestações dos 20 Centavos: a mobilização cidadã nas redes sociais. **Anais...** Intercom. 2014. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5 de setembro de 2014.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte. Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação. **UNICEF- Brasil**, 1996. Disponível em: < <https://bit.ly/2H8Rr4G> >. Acesso em: 13 dez. 2018.